| NEGOCIOS, INVERSIONES Y FINANZAS |

ECONÓMIKA

SUPLEMENTO SEMANAL
DIARIO OFICIAL DEL BICENTENARIO
El Peruano
andina

Tercera Etapa ● Año 6 ● Edición Nº 422 ● Lunes 17 de junio de 2024

| PÁGINA 3 |

Hacia la inclusión financiera

El crédito es un elemento vital para el crecimiento y desarrollo de las mipymes del país.

| PÁGINAS 6 Y 7 |

Comercio de América Latina

En el primer trimestre del 2024, las perspectivas comerciales de la región mejoraron notablemente.

| PÁGINA 8 |

Perseverancia y éxito empresarial

La historia de Ekofood, empresa peruana dedicada a la producción y comercialización de las infusiones filtrantes.

Reguladores: piezas clave para adhesión a la OCDE

La incorporación del Perú a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos representa una oportunidad única para fortalecer el marco institucional del país, alineándolo con las mejores prácticas internacionales.
| Páginas 4 y 5 |

Mercados & Finanzas

En el país hay cerca de 5.5 millones de negocios informales, también denominados unidades productivas informales. No obstante, el 42% de ese total considera que no es necesario la formalización, según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima.

7%

aumentó la población ocupada en empresas de 51 y más trabajadores entre febrero y abril del 2024. Hubo un alza de 4.6% en las unidades de 1 a 10 trabajadores, reveló el INEI.

AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO PARA MOTUPE

La titular del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), Hania Pérez de Cuéllar, participó de la firma de convenio con la empresa Backus, que permitirá la ejecución de un proyecto que beneficiará a más de 1,040 habitantes del centro poblado de Palo Blanco, en el distrito de Motupe, en Lambayeque. Se ejecutará un proyecto de agua potable y saneamiento rural.

CURSOS EN LENGUAS ORIGINARIAS

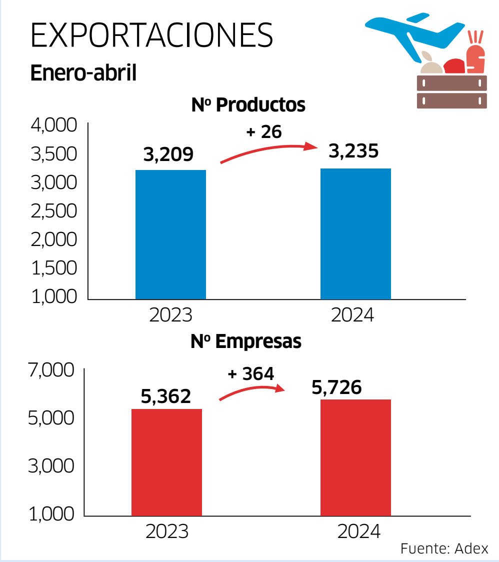
La Fundación Romero lanzó el primer programa de becas que ofrece cursos virtuales 100% gratuitos de emprendimiento y empleabilidad en lenguas originarias, y que, gracias a una alianza con la Municipalidad Provincial del Cusco, empieza brindando las primeras 25,000 becas a emprendedores que hablan quechua y aimara de esta ciudad.

COMPRAS CORPORATIVAS

Mediante la estrategia de adquisiciones corporativas que promueve la Central de Compras Públicas (Perú Compras), las entidades de la región Junín pueden generar un ahorro significativo que les permitirá optimizar sus recursos y brindar mejores servicios a los ciudadanos.
Una muestra de los resultados de las compras corporativas son las cifras del ahorro cercano a los 10 millones de soles que se generó en los últimos años, debido a las ventajas de la compra por volumen (economía de escala).
Asomismo, permite reducir el esfuerzo logístico de las entidades, que solo deberán emitir la orden y pagos correspondientes, ya que el procedimiento de contratación queda a cargo de Perú Compras.
Al unir la demanda de papel bond, bolígrafos y otros bienes por parte de instituciones de diversas regiones, mediante procesos de adquisición realizados a inicios del 2024 y durante el 2023, se logró un ahorro de 7.5 millones de soles.
También, el año pasado se obtuvo un ahorro cercano a los 2 millones de soles por la compra corporativa de medicamentos de tres establecimientos especializados en salud mental.

MERCADOS

Entre enero y abril del 2024, los despachos a Asia se incrementaron 8.1% por los mayores envíos a Japón (25.2%), India (123.0%) y Emiratos Árabes Unidos (99.4%), de acuerdo con el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales de la Asociación de Exportadores CIEN-Adex.
Esos envíos estuvieron concentrados en productos mineros tradicionales, como el cobre y el oro.
En tanto, los envíos a China se redujeron 2.1% en el período de análisis; no obstante, siguió como el principal destino de las exportaciones (7,217.9 millones de dólares o un 34.7% de participación).



VIVIENDAS DE EMERGENCIA

La Asociación IF y Techo efectuaron un voluntariado interempresa que reunió a todas las compañías del Grupo Fierro, que permitió la construcción de cinco viviendas de emergencia e igual número de soluciones de agua para familias en situación de extrema pobreza de los asentamientos humanos San Juan de Vista Alegre y Halcón Sagrado, en el distrito de San Juan de Miraflores. Estas viviendas fueron construidas por un equipo de 92 voluntarios, de los cuales 42 de ellos pertenecen al voluntariado Manos Unidas de BanBif, que se unieron a 50 voluntarios de las empresas Cartavio, Farmex, Fopesa, Iberoplast y Quimtia; además del equipo de voluntariado Techo, que proporcionó toda la asesoría y seguimiento a la construcción de las casas para estas familias. Los voluntarios compartieron la experiencia con las familias beneficiadas.

El Peruano | ECONÓMIKA | **Director:** Félix Paz Quiroz | **Subdirector**: Omar Swayne Recuenco | **Editor de Economía**: William Ríos Rosales | **Edición**: Victor Lozano | **Editor de Fotografía:** Jack Ramón Morales | **Jefe de Diseño:** Julio Rivadeneyra Usurín | Teléfono: 315-0400 (2173) | E-mail: wrios@editoraperu.com.pe

PLAN DEL PRODUCE EN FAVOR DE LAS MIPYMES

Apoyo a la inclusión financiera

Acceder al sistema financiero formal genera una serie de ventajas para las empresas que buscan desarrollar y expandir sus actividades. Generar un historial crediticio les puede ayudar a obtener mejores tasas de interés.

Impacto. Operar en el lado formal de la economía mejora el perfil crediticio de las empresas.

Actividad empresarial

El viceministro Quispe mencionó que las primeras ferias especializadas en finanzas para las mipymes se desarrollan en Lima debido a que registra el mayor número de empresas.

"En esta primera etapa nos estamos concentrando en Lima debido a que reporta el mayor número de mypes activas", manifestó.

Comentó que, adicionalmente, la dimensión empresarial que tiene la capital explica que en una sola calle se pueda encontrar una amplia oferta de entidades financieras.

Proyecta que en cada feria de este tipo llegan a participar cerca de 1,000 personas, conductoras de negocios, entre otras interesadas por conocer la oferta de financiamiento.

Escribe
Sonia Dominguez Dominguez
sdominguez@editoraperu.com.pe

Como resultado de un esfuerzo conjunto entre el Ministerio de la Producción (Produce) y la Mancomunidad de Lima Norte, la semana pasada se desarrolló la primera feria de inclusión financiera en Lima Norte denominada "Finanzas para todos".

Fue diseñada como un espacio orientado a promover la inclusión y el acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas a una variedad de servicios financieros, mejorando su educación financiera y fomentando su crecimiento económico.

Tal como estaba previsto, participaron 25 reconocidas entidades financieras y otras fuentes de financiamiento, incluyendo *fintechs* (servicios financieros digitales), las cuales ofrecieron asesoramiento y soluciones financieras adaptadas a las necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

Ferias

Al respecto, el viceministro de Mype e Industria, César Quispe, manifestó que en lo que resta del año se tiene previsto realizar una feria más, enfocada en el sur de Lima donde se agrupa un importante número de mipymes.

"Tenemos varias líneas de acción en apoyo a las mipymes y una de ellas busca promover el acceso al financiamiento. Con este tipo de ferias buscamos acercar la oferta y la demanda", manifestó.

En estas ferias temáticas, los empresarios reciben orientación financiera sobre el uso de herramientas de pagos digitales, alternativas de financiamiento, información de cartas fianzas, entre otros; así como información de los diversos servicios que ofrece el Produce mediante el Programa Nacional Tu Empresa, ProInnóvate, Compras MyPerú, Inacal, ITP y la Dirección General de Desarrollo Empresarial.

Explicó que, adicionalmente, en el ministerio hay una capacitación permanente para que las mipymes puedan acceder al financiamiento.

"Ese esfuerzo lo canalizamos mediante el programa Tu Empresa donde tenemos programas de capacitación permanente para darles educación financiera, entre otros temas", comentó.

DATOS

» En la feria se ofrecen diversos recursos educativos a través de charlas y talleres, ayudando a los empresarios a mejorar su gestión financiera.

» El objetivo es generar un espacio de conexión entre empresarios, entidades financieras y expertos del sector, fomentando la colaboración, el intercambio de conocimiento y el acceso a nuevas oportunidades de negocios.

» La feria "Finanzas para Todos" representa una oportunidad para que las mipymes accedan a herramientas y conocimientos financieros esenciales para su crecimiento y sostenibilidad.

Acceso

¿Por qué no acceden al financiamiento? Quispe explica que uno de los componentes de esta situación es la falta de formalidad. También está la falta del registro de ingresos y gastos, en tercer lugar figura el que muchos empresarios no conocen la oferta disponible y terminan en canales informales.

"El financiamiento es un factor clave para mejorar la productividad de estas empresas porque sin capital de trabajo, muchas veces, un negocio no puede crecer", manifestó.

De acuerdo con las cifras del Produce solo un 28% de las mipymes en el país accede al financiamiento formal. "Eso quiere decir que un 72% no se financia con entidades formales", dijo.

Eficiencia

De este modo, lo que se busca con la estrategia de ferias es poder reunir en un solo espacio a múltiples entidades, que pueden ofrecer distintos productos financieros.

"La banca, cajas y las cooperativas manejan diferentes perfiles de riesgo. Por ejemplo, una mipyme puede no calificar para una caja pero sí para una cooperativa", comentó.

Refiere que este tipo de iniciativas también puede ser vista como una forma indirecta de promover la formalización de las mipymes.

"Es otro de los impactos esperados pues las empresas financieras siempre van a solicitar información que sustente ingresos y licencias de operación, entre otros", comentó.

Quispe subrayó que hay una relación directa entre la formalidad y el costo financiero o la tasa de interés. "Cuando una empresa es formal el costo financiero que asume es menor que si operara en el lado informal de la economía".

En tal sentido, comentó que la formalidad tiene mucha incidencia en la tasa de interés y en la calificación de crédito. "Estas ferias también contribuyen con la inclusión financiera", puntualizó.

Aporte. La regulación de calidad con un diálogo abierto entre todos los actores de la sociedad para la definición de políticas públicas es fundamental.

Escribe
Sonia Dominguez Dominguez
sdominguez@editoraperu.com.pe

ENTES REGULADORES

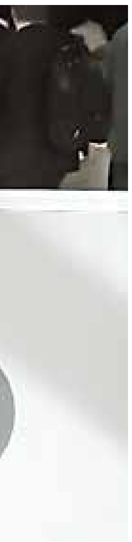
OCDE: Perú tiene gobernanza sólida y sofisticada

Los mercados están cambiando a un ritmo sin precedentes por factores como nuevas tecnologías, esfuerzos internacionales para lograr economías neutrales en carbono, variaciones en las necesidades y preferencias de los consumidores. En este entorno desempeñan un papel importante los entes reguladores.

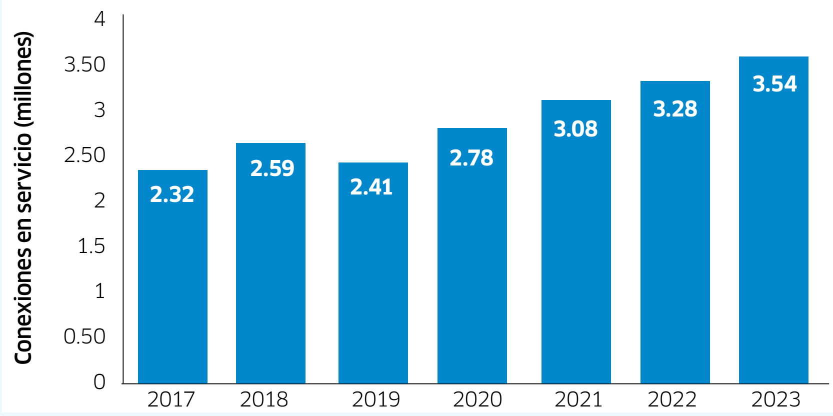
Los reguladores económicos son clave para el desempeño de sectores como la energía, las comunicaciones electrónicas, el transporte y el agua. Los regulan y supervisan para garantizar que puedan prestar eficientemente servicios esenciales en beneficio de la sociedad.

Un factor crucial para lograr sus objetivos es la gobernanza, incluida la forma en que cuentan con recursos, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Considerando el proceso de adhesión en el que participa nuestro país, recientemente se efectuó el conversatorio "La ruta hacia el OCDE: avances y desafíos en la regulación de servicios públicos en el Perú", organizado por la Pontificia Universidad Católica del Perú.



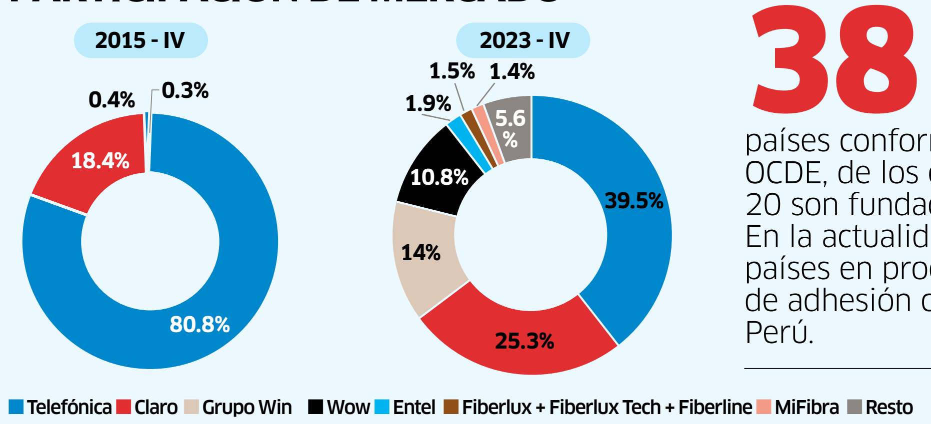
SERVICIOS DE INTERNET FIJO



Más de **3 millones** DE CONEXIONES DE INTERNET FIJO

Fuente: Osiptel

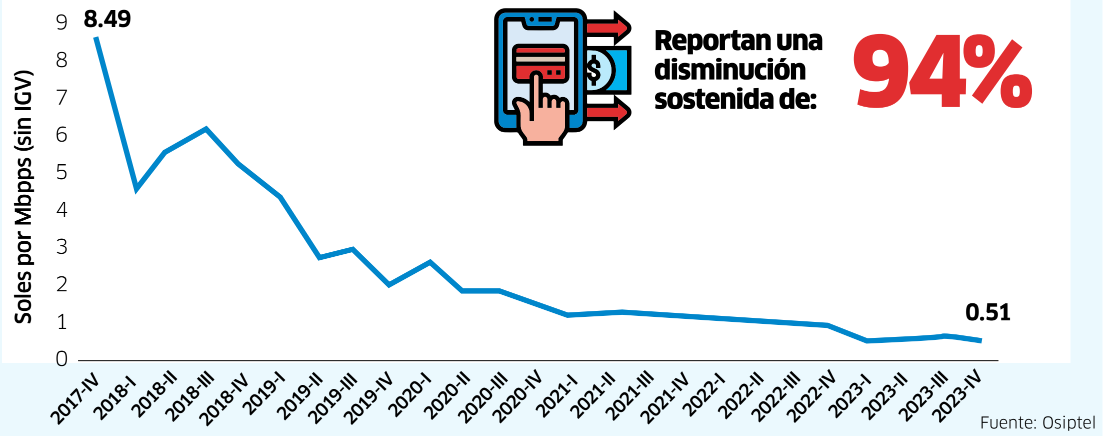
PARTICIPACIÓN DE MERCADO



Fuente: Osiptel

38 países conforman la OCDE, de los cuales 20 son fundadores. En la actualidad, hay países en proceso de adhesión como el Perú.

TARIFAS PROMEDIO POR MBPS



Reportan una disminución sostenida de: **94%**

Fuente: Osiptel

Grupos de trabajo

El coordinador del programa de política regulatoria de la OCDE para Latinoamérica, Manuel Gerardo Flores, sostuvo que en este bloque se tiene la firme convicción de seguir promoviendo la frase de políticas públicas basadas en evidencia. En este caso, dijo, regulaciones basadas en evidencia. "La OCDE es un grupo de gobiernos que tiene muchas aspiraciones y objetivos comunes entre ellos el libre mercado. Entonces, la regulación de calidad con un diálogo abierto entre todos los actores de la sociedad para la definición de políticas públicas es fundamental".

En este caso, mencionó que los denominados comités de trabajo o grupos de trabajo son el corazón de este bloque.

"En esos comités se reúnen los funcionarios públicos especialistas. Por ejemplo, están el comité de competencia, gobernanza pública, consumidores, telecomunicaciones, así como el comité de política regulatoria donde se discuten estos temas. Sobre cómo regular bien basados en la evidencia", manifestó.

Los reguladores actúan como "árbitros del mercado", equilibrando intereses de gobiernos, actores actuales y futuros de mercados y los consumidores.

Flores explicó que justamente esos comités vienen evaluando la capacidad y el compromiso del Perú de implementar las recomendaciones y los principios de la organización en estos temas, en particular. "Algo que no se debe perder de vista es que no solo se trata de que los países miembros cumplan con las recomendaciones o principios del bloque solo porque sí, como para cumplir con los procesos de adhesión a la OCDE".

Se trata de reconocer que los principios y recomendaciones, además de las buenas prácticas que la OCDE recomienda, representan a aquellas experiencias exitosas y que otros países del orbe las han implementado obteniendo los resultados esperados, enfatizó. "El objetivo, finalmente, es que los gobiernos funcionen mejor y que establezcan políticas públicas como dice nuestro lema: políticas públicas para una vida mejor", resaltó.

Comentó que en el caso específico de regulaciones se busca que los países miembros y aquellos comprometidos con los principios recomendados de la OCDE puedan diseñar, implementar y hacer cumplir regulaciones de muy alta calidad.

Programa país

El economista subrayó que en el Perú los cuatro reguladores han sido evaluados por la OCDE en el 2012 y en el 2016. "Desde esos estudios nos hemos dado cuenta que esos entes reguladores tienen un nivel de gobernanza sólido y sofisticado".

Refirió que desde el 2012, año en que inició el Programa País para que el Perú se adhiera a este bloque, la OCDE trabaja de manera cercana con el Gobierno peruano, con instancias como la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), entre otros, además de los reguladores.

En el 2016 publicó el estudio Política Regulatoria del Perú en donde se hizo por primera vez una evaluación del desempeño de los reguladores. Posteriormente, en el 2023 publicó el estudio Revisión de Avances del regulador de telecomunicaciones del Perú.

Afirma que las industrias de redes (energía, transporte, telecomunicaciones y de agua) son complicadas por lo que su regulación requiere de tecnicidad y gran nivel de la especialidad, es decir reguladores de clase mundial.

"Precisamente, los países de la OCDE reconociendo esta complejidad establecen que los reguladores son fundamentales para asegurar que los gobiernos establezcan políticas y regulaciones que provean de servicios y bienes de calidad a buen precio considerando las características de la industria".

DATOS

» De acuerdo con la OCDE no hay evidencia de que un regulador multisectorial comparado con un regulador sectorial tenga mejores desempeños y resultados en el mercado y mejor eficiencia en la administración de recursos.

» Flores hizo referencia al estudio Equipamiento de Reguladores Ágiles y Autónomos (2022) realizado por esta organización intergubernamental, a través del cual recolectó información de indicadores específicos de los organismos reguladores de diversos sectores de 30 países.

» El economista de la OCDE ha supervisado programas de simplificación administrativa y digitalización, análisis de impacto regulatorio, evaluaciones integrales de políticas regulatorias, revisiones sectoriales de regulación y capacidades en mejora regulatoria en Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Perú, República Dominicana y Tailandia.

» Es coautor de más de 27 libros y reportes de OCDE en mejora regulatoria para los países de América Latina.

» Hay países como el Perú, Croacia y Bulgaria que están en proceso de adhesión a la OCDE.

Andamiaje legal

El representante de la OCDE sostuvo que la idea es que todo el andamiaje legal, sean leyes o reglamentos, persigan un objetivo de política pública válido y que se demuestre que son las mejores opciones entre una variedad de alternativas.

"Hay que demostrar que esas regulaciones van a traer más beneficios que costos y que el proceso de preparación y emisión de esas reglas siguen un proceso abierto e incluyente donde todos los actores pueden participar, opinar y contribuir con evidencia", dijo.

Señala que en este gran esquema, que se conoce como gobernanza regulatoria, los reguladores económicos, llamados así en la OCDE, y las agencias pares como el Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería (Osinergmin), el Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositran), el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) y la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (Sunass), juegan un papel fundamental porque permiten que la regulación sea efectiva en su implementación y supervisión, además de que se cumpla los fines para los cuales fue creada la regulación.

En tal sentido, Flores subrayó que los países miembros de la OCDE reconocen que la labor de los reguladores económicos es fundamental para lograr que los objetivos de política pública establecidos a través de la regulación se cumplan.

"El modelo de reguladores económicos es muy común en todos los países de la OCDE", puntualizó.

OPORTUNIDADES EN UN CONTEXTO DE GRANDES RETOS

AL busca consolidar recuperación en el sector comercial

Estados Unidos y China se afianzaron como mercados relevantes para las exportaciones de la región, mientras que las ventas a la Unión Europea bajaron.

Escribe
William Ríos Rosales
wrios@editoraperu.com.pe

Valor de las exportaciones de bienes de AL por destinos seleccionados

(Tasa de variación anual. porcentaje. 1T2024 y 2023)

Subregiones/países	1T 2024 vs. 1T 2023								2023 vs. 2022
	Subregión	América Latina y el Caribe	Estados Unidos	Asia (excl. China)	China	Unión Europea		Mundo	Mundo
Sudamérica	**-8.4**	**-3.5**	**-5.4**	**10.8**	**5.4**	**-9.3**	↑	**1.9**	**-4.5**
Argentina	5.7	5.5	3.3	26.7	-5.1	-12.8	↑	9	-24.5
Bolivia	-8.2	-7.9	10.8	-37.6	-42.7	54.8	↓	-23.3	-20.6
Brasil	-21.2	-14.4	19.3	12.3	9.9	-17.3	↑	3.2	1.7
Chile	-6.2	-8.1	-29.2	-0.8	0.8	14.2	↓	-4.8	-4.1
Colombia	-10.1	-4	-2.4	56.8	15.4	-47	↑	-8.9	-13
Ecuador	11.9	50	3.5	5.9	-31.3	16.1	↑	8.2	-4.7
Paraguay	6.8	6.9	18	-3.7	-46.2	-17.	↓	6	19.3
Perú	**-5.2**	**-3.9**	**-21.4**	**15.4**	**5.8**	**0.2**	↑	**3.5**	**1.4**
Uruguay	-8.5	-11	20.2	14	-33.5	-23.1	↑	-7.6	-17.7
Venezuela	-39.9	-8.4	79.8	-74.7	64.5	143.8	↑	33	-8

Fuente: BID, Sector de Integración y Comercio, estimaciones con base en fuentes nacionales, excepto Venezuela estimado con cifras de la OPEP y del FMI

El comercio exterior de América Latina (AL) en el primer trimestre del presente año registra un panorama complejo y desafiante, porque si bien se observa una leve recuperación en los envíos totales, hay diferencias significativas entre subregiones, países y sectores.

De acuerdo con un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), publicado recientemente, las ventas al exterior de la región latinoamericana mostraron un incremento interanual del 1.3%, entre enero y marzo del 2024, revirtiendo parcialmente la contracción del 1.3% observada en el 2023.

Este repunte, aunque modesto, enciende una tenue luz de esperanza en un panorama global complejo e incierto. No obstante, es crucial analizar este crecimiento con cautela, ya que esconde realidades diversas y presenta grandes desafíos para la región.

Desempeño

Sudamérica, la zona más grande y con mayor peso en las exportaciones de la región, experimentó un aumento del 1.9% en sus exportaciones durante el primer trimestre del 2024. Este repunte se debe principalmente al crecimiento de los volúmenes exportados (8.3%), lo que refleja una mayor actividad productiva y una mejor capacidad de abastecimiento de los países de la región.

Sin embargo, el comportamiento de los precios de los productos básicos fue mixto. Algunos rubros como el café experimentaron un aumento significativo, impulsados por la alta demanda y la escasez de oferta en el mercado internacional. En cambio, otros productos, como la soya y el mineral de hierro, registraron caídas, lo que afectó negativamente los ingresos de los países exportadores.

En el caso del Perú, en el primer trimestre del 2024, los envíos al exterior alcanzaron los 15,828 millones de dólares, lo que representa un aumento del 3.5% en comparación con el mismo período del año anterior.

Este resultado favorable se debe en gran medida a la política comercial proactiva implementada por el Gobierno peruano, enfocada en la apertura de mercados y el fortalecimiento de la competitividad del sector exportador.

La titular del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Elizabeth Galdo, destacó la importancia de esta política a largo plazo, señalando que "tiene un impacto positivo para la economía nacional".

Los acuerdos comerciales vigentes con 58 países abrieron nuevas oportunidades para los exportadores peruanos, diversificando los mercados de destino y aumentando la demanda de productos peruanos en el extranjero.

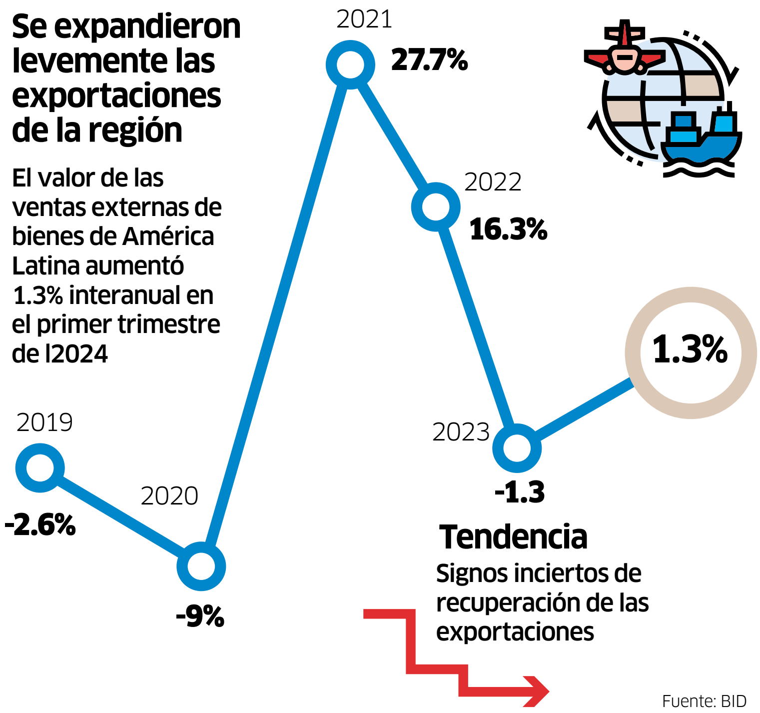
Desaceleración

De acuerdo con el informe del BID, Mesoamérica, en su conjunto, mostró un crecimiento más modesto del 0.7% en sus exportaciones durante el primer trimestre del 2024, lo que representa una fuerte desaceleración en comparación con el 2.3% registrado en el 2023.

México, el principal actor de la región, experimentó un aumento del 1.7% en sus exportaciones, impulsado principalmente por el crecimiento de las ventas a Estados Unidos y el repunte de los precios en algunos sectores como el frutihortícola y el automotor. Sin embargo, este crecimiento no

Se expandieron levemente las exportaciones de la región

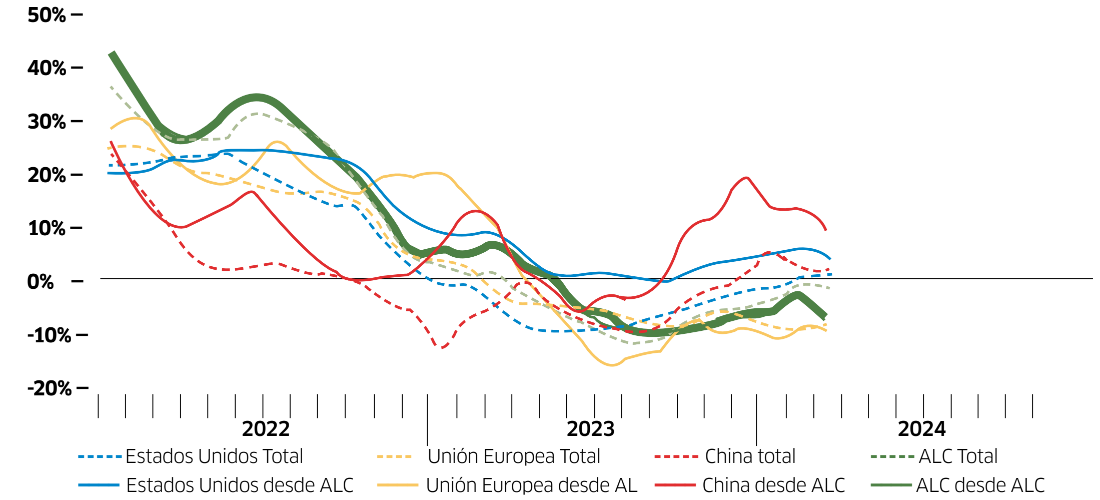
El valor de las ventas externas de bienes de América Latina aumentó 1.3% interanual en el primer trimestre de l2024



Fuente: BID

Valor de las importaciones de los principales socios comerciales de América Latina y el Caribe y el mundo

(Promedio movil trimestral de la tasa de variación interanual. Porcentaje. 2022-2024)



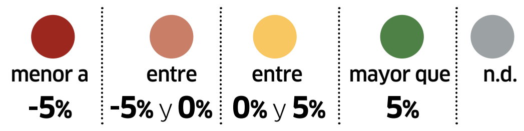
Fuente: BID sector de Integración y Comercio conn datos del Fondo Monetario internacional (FMI). United State International Trade Commission (USITC). Eurostat. Aduanas de China y fuentes nacionales

La demanda repuntó débilmente

La demanda de los principales socios comerciales revirtió la tendencia, pero solo creció en algunos casos.

Desempeño por países

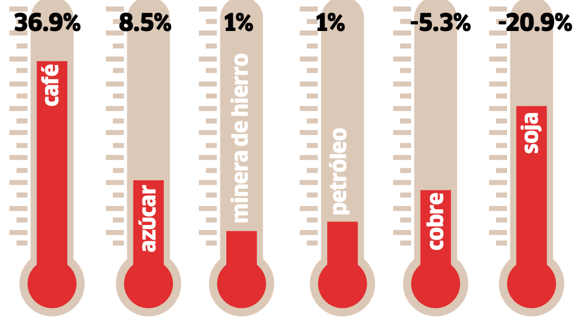
El desempeño exportador fue diferenciado a nivel regional.



Fuente: BID

Los precios mostraron alta volatilidad

Los precios de los principales productos básicos exportados por la región están sujetos a dinámicas contrarias.



Fuente: BID

En el caso del Perú, en el primer trimestre del 2024 los envíos al exterior alcanzaron los 15,828 mllns. de dólares, un aumento del 3.5%.

Indicadores adelantados

El BID señala que si bien la tendencia de las exportaciones de la región parece haber cambiado de dirección, aún es demasiado pronto para determinar si se trata de un repunte sostenido.
La alta volatilidad de los precios de los productos básicos, las perspectivas inciertas de la demanda global y las tensiones geopolíticas generan un panorama desafiante para el comercio exterior de América Latina.
Los indicadores adelantados muestran tendencias asimétricas y dependen en gran medida de las políticas que se implementen en los próximos meses. Además, la guerra en Ucrania y las sanciones impuestas a Rusia han generado disrupciones en las cadenas de suministro y han incrementado los precios de la energía y los alimentos, lo que afecta negativamente el comercio internacional.
En este contexto, América Latina enfrenta importantes desafíos para consolidar la recuperación del comercio exterior y alcanzar un crecimiento económico sostenido e inclusivo.

fue suficiente para compensar la caída de las exportaciones de Centroamérica, que en su conjunto se contrajeron un 7.1%.

Costa Rica fue el único país centroamericano que registró un crecimiento positivo en sus exportaciones durante el primer trimestre del 2024, aunque menor al del año anterior. Este desempeño se vio favorecido por el aumento de las ventas a China, lo que refleja la creciente importancia de este mercado para la región.

Mercados de destino

Las exportaciones de América Latina se concentran en tres grandes mercados: Estados Unidos, China y la Unión Europea. Sin embargo, la dinámica de las exportaciones a estos destinos fue contrastante durante el primer trimestre del 2024.

Las ventas a Estados Unidos desde América Latina y el Caribe (ALC) crecieron 3.4% interanual en el primer trimestre del 2024, mientras que las importaciones totales de ese país aumentaron solo un 0.7%.

ALC ganó participación de mercado en las compras estadounidenses, pasando del 18.3%, en el 2022, al 20%, en el 2023. Esta tendencia positiva se mantuvo en el primer trimestre del 2024, lo que refleja la importancia de Estados Unidos como mercado para la región.

En el caso de China como destino de los envíos de ALC, estos aumentaron 4.7% en el 2023, mientras que las compras totales de China cayeron 5.6%. La participación de la región en el mercado chino aumentó de 8.6%, en el 2022, a 9.5%, en el2023. La tendencia de crecimiento continuó en el primer trimestre del 2024, con un aumento de las exportaciones del 9.2%.

Este desempeño positivo se debe principalmente a la creciente demanda de productos básicos y manufacturas de la región por parte de China.

En contraste con los dos mercados anteriores, las exportaciones a la Unión Europea (UE) desde ALC cayeron 6.8% en el 2023, mientras que las importaciones totales de esa zona disminuyeron 5.7%. La participación de ALC en el mercado europeo se redujo de 1.9% a 1.8% de las importaciones totales.

Perspectivas

Si bien la tendencia de las exportaciones de la región parece haber cambiado de dirección, aún es demasiado pronto para determinar si se trata de un repunte sostenido. La alta volatilidad de los precios de los productos básicos y las perspectivas inciertas de la demanda global generan un panorama desafiante para América Latina.

Los indicadores adelantados muestran tendencias asimétricas y dependen en gran medida de las políticas que se implementen en los próximos meses. La guerra en Ucrania, las sanciones a Rusia, la desaceleración de la economía china y las tensiones geopolíticas en general crean un entorno de incertidumbre que dificulta predecir el comportamiento futuro del comercio internacional.

En este contexto, América Latina enfrenta importantes desafíos para consolidar su recuperación comercial y alcanzar un crecimiento económico sostenido e inclusivo.

EKOFOOD, VALOR AGREGADO EN PLANTAS MEDICINALES

Todos los caminos llevan al éxito

Ya en el pleno ejercicio de sus carreras, la vida los fue llevando por nuevos caminos para el desarrollo de un negocio propio con un potencial de crecimiento que fue favorecido por la pandemia.

Escribe
Sonia Dominguez Dominguez
sdominguez@editoraperu.com.pe

La empresa Ekofood ya tiene casi 20 años en el mercado dedicado a la producción y comercialización de infusiones filtrantes. Tuvo que superar diversos retos para consolidarse como una empresa especializada en el tema de cultivo y procesamiento de plantas medicinales para brillar con luz propia en el país y en mercados externos, como Estados Unidos.

Su historia comienza en los primeros años de este milenio cuando Jaime Pinedo tuvo que viajar a Cañete para dar una asesoría en publicidad y comunicaciones, como parte de su carrera y actividad profesional.

"Hacía mucho calor y antes de llegar decidimos entrar en una bodega para tomar algo refrescante. Vi en un aparador unas cajitas que contenían sobres de hierbas filtrantes de yacón orgánico, el producto se veía interesante, pero el empaque podía mejorar mucho", recuerda el gerente general de Ekofood, Jaime Pinedo.

Comenta que como buen publicista adquirió el paquete que le había llamado la atención para vender su servicio de *packaging* (empaque). Lo estudió y elaboró una propuesta, posteriormente se contactó con esa empresa y ofreció sus servicios lo cual fue aceptado.

DETALLES

» Entre sus clientes figuran compañías fabricantes de tés e infusiones, cápsulas, entre otras dedicadas al desarrollo de productos derivados de plantas medicinales, aromáticas u hortalizas, así como granos andinos (maíz morado).

» Este negocio comenzó con cinco líneas comerciales, entre ellas destacaba el yacón orgánico.

» Sus primeros clientes fueron las cadenas de supermercados Wong y Metro.

» A los seis meses de estar en el mercado hicieron su primer envío a Estados Unidos. También tienen clientes en España.

» Por ahora están participando en ferias internacionales con el apoyo de Promperú.

Conocimiento

A la par que mantenía su trabajo en Lima tenía que viajar constantemente a Cañete porque el trabajo que iba a hacer era integral, pues consideraba el *packaging* y la marca. "Para hacer las mejoras era necesario conocer todo el proceso de producción y manejo de las plantas medicinales destinados a su comercialización".

Cuando ya tenía varios meses en este proceso se abrió una oportunidad que Pinedo supo tomar. La unidad de negocio que estaba apoyando fue puesta en venta como un negocio en marcha.

"Como ya había aprendido de este negocio en las idas y venidas de Cañete, decidí apostar por esta oportunidad e hice partícipe a mi compañero de trabajo de toda la vida, Gabriel Morón, también publicista, con 50% cada uno", dijo.

Para asumir este reto optaron por ahorros personales y préstamos de amigos y familiares. "Habíamos decidido mantener el trabajo en Lima y dirigir el negocio de las hierbas medicinales, pero no se pudo. Tuvimos que dejar lo que había en Lima y darle todo nuestro tiempo al negocio que emprendíamos".

El primer gran problema que tuvieron que superar fue la obtención de unos permisos sanitarios ante la Dirección General de Salud Ambiental (Digesa). "Ahora se escucha sencillo, pero en ese momento generó una serie de problemas no solo con la empresa sino también con la familia".

Gracias al empeño y a la decisión que tenían superaron los problemas y generaron la producción esperada. "Con ello, la pelota estaba en nuestra cancha. Nos contactamos con una cadena de supermercados y nos fue mejor de lo que esperábamos".

Posteriormente, establecieron nuevas alianzas comerciales que llevaron sus productos a mercados como Chile con la cadena Tottus.

"Nuestra marca, Sunka Herbal Tea, es reconocida en el mercado local. Pero también exportamos nuestro producto como marca blanca, es decir le colocan la marca final en el mercado de destino".

Ahora con la experiencia obtenida para sacar adelante el negocio, Jaime Pinedo llega a dictar conferencias sobre problemáticas agrarias. "Tuve que aprender todo lo que implicaba la actividad agraria, el resultado ha sido satisfactorio", refiere.

Impulso

Jaime Pinedo destacó que uno de los principales factores de crecimiento de su empresa fue la pandemia por el covid-19.

El estilo de consumo de las personas cambió hacia uno más responsable con el cuidado de la salud.

"Durante la pandemia vimos cómo el mercado demostrada una clara preferencia por los productos sanos, entre los productos que comercializábamos como las hierbas medicinales", manifestó.

Refiere que las personas empezaron a buscar productos funcionales, nutracéuticos y naturales.

Actualmente, su centro de producción se ubica en Cajamarca, debido a que encontraron mejores suelos y clima para el cultivo y producción de las hierbas medicinales. La parte final del producto, como los empaques, se efectúa totalmente en Lima.

"En estos momentos estamos negociando llegar al mercado colombiano", dijo.

Subrayó que en la medida que se cierren positivamente este tipo de negocios se ponen en valor nuestras plantas medicinales.

72

líneas comerciales tienen en este momento y uno de los últimos productos en incluirse es la cúrcuma, cuya demanda va en aumento.